

## 2.5

## RINKODAROS MIX STRATEGIJOS

<b>Ką šiandien veiksime</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sužinosime kokios būna rinkodaros strategijos</li><li>- Susipažinsime su sąvokomis, tokiomis, kaip Konkurencinio pranašumo įgijimas, Paslaugų rinkodara, Rinkodaros konkurencija, Įmonės konkurencinis pranašumas.</li></ul>
<b>Bendras aprašymas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rinkodaros derinys yra koncepcija, kurią, kaip teigiama, sukūrė profesorius ir akademikas Neilas H. Bordenas, išplėtojęs Jameso Cullitono koncepciją, kad verslo vadovai yra ingredientų maišytojai. Sudedamosios dalys yra skirtingos rinkodaros ypatybės ir praktika. Vėliau rinkodaros rinkinį patobulino profesorius ir autorius Jerome'as McCarthy, kad į jį būtų įtraukti keturi pagrindiniai komponentai: produktas, vieta, kaina ir reklama. McCarthy apie „4 Ps“ rašė septintajame dešimtmetyje savo knygoje „Basic Marketing: A Managerial Approach“.</li></ul>
<b>Pagrindiniai mokymosi taškai</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Marketingo mišinio koncepcija</li><li>- Konkurencinio pranašumo įgijimas</li><li>- Paslaugų rinkodara</li><li>- Rinkodaros konkurencija</li><li>- Įmonės konkurencinis pranašumas</li><li>- Konkurencinio pranašumo įgijimo strategijos</li></ul>
<b>Ką ruošite šios sesijos metu</b>	<p>Dalyviai gali:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Parengti/sukurti pasirinktą rinkodaros komplekso strategiją;</li><li>- Imituoti konkurencinio pranašumo įgijimo procedūras;</li><li>- Apibūdinti rinkodaros konkurenciją ir konkurencinį pranašumą;</li><li>- Pasirinkite konkurencingą pranašumo strategiją verslo plėtrai.</li></ul>



<b>Užduočių sąrašas PO šios sesijos</b>	Peržiūrėkite teorinę dalį ir palyginkite viską su klasėje atliktais pratimais
<b>Papildomi komentarai ir instrukcijos</b>	Nėra

